# WSTĘP

Siódmy tom *Recepcji mediów* jest kontynuacją serii, ale jednocześnie wydawnictwem, w którym zachodzi duża zmiana dotycząca redakcji. Pani Profesor Barbara Boniecka, z którą współredagowałam serię, oddała mi w pełni ten zaszczyt, co traktuję z wielką odpowiedzialnością i za co jestem jej ogromnie wdzięczna. Będę się starała dotrzymać tego zobowiązania, aby nie zawieść zaufania mojej drogiej mentorki i mistrzyni.

Pełny tytuł tomu brzmi *Recepcja mediów*. *Wnioski z badań – lata 2019–2020* ze względu na to, że jest wieloautorskim zbiorem tekstów–rozdziałów monografii, opartych na najaktualniejszych badaniach własnych nad odbiorem mediów z ubiegłego lub bieżącego roku. Owa aktualność, podkreślona w tytule, stanowi dodatkową wartość książki.

Podobnie jak poprzednie tomy, publikacja jest podzielona na części. Pierwsza z nich, *Pandemiczne reperkusje dla recepcji mediów,* zawiera tekst Katarzyny Zagórskiej: *Media a koronawirus. Perspektywa pragmalingwistyczna*. Jest bardzo istotny ze względu na aktualność podjętego tematu, gdyż dotyczy zjawisk o wartości historycznej: wpływu pandemii koronawirusa SARS-CoV-2 na media, a więc także i na ich odbiór.

W drugiej części, *Odpowiedzialność mediów,* został zamieszczony rozdział autorstwa Agaty Opolskiej-Bielańskiej: *Media jako nośnik kreowania postaw społecznych*. Badaczka zaprezentowała w nim relację zachodzącą między postawami odbiorców a przekazami masowymi.

Trzecia część, *Widz filmowy,* zawiera dwa rozdziały. Pierwszy z nich, *Aktorskie renarracje baśni Disneya*. *Fenomen nowego(?) kierunku w popkulturze (badania własne),* wyszedł spod pióra Natalii Wójtowicz, która zaprezentowała własne badania przeprowadzone pod opieką naukową promotorki swojej pracy licencjackiej dr hab., prof. UMCS Anity Has-Tokarz. Podobną proweniencję ma drugi rozdział w tej części: *Odbiór męskich bohaterów filmowych przez publiczność – na przykładzie twórczości Władysława Pasikowskiego*. Autorka, Paulina Kijewska, napisała przywołany tekst w oparciu o swoją pracę licencjacką, której promotorką była dr hab., prof. UMCS Danuta Kępa-Figura.

*Kompetencje medialne i informatyczne odbiorców* to tytuł części, w której znajduje się rozdział Joanny Kukier: *Role of UNESCO in promoting media and information literacy between 1982–2016*. Autorka przedstawiła w nim w języku angielskim ewolucję definicji kompetencji medialnych i informatycznych oraz wpływ, jaki wywarła owa ewolucja na obecne pojmowanie umiejętności korzystania z mediów.

Ostatnia część – *Edukacja medialna w praktyce* – jest najobszerniejsza. Zawiera rozdział Anny Granat: *Wykorzystanie TIK na zajęciach „Badania nad odbiorem mediów w praktyce”*, w którym zostały w całości opublikowane opisy badań przeprowadzone przez studentki: Annę Bądyrę, Emilię Suską: *Skutki popularyzacji Instagrama*; Annę Grubę: *Różnice w postrzeganiu mediów przez dzieci w wieku 10–12 lat oraz dorosłych w wieku 22–25 lat – analiza badań*; Milenę Litwin: *Reklama w Internecie i jej wpływ na sprzedaż*; Sylwię Miareczko, Annę Mojecką: *Analiza wyników ankiety internetowej na temat wpływu kampanii marketingowych drogerii Rossmann*; Olgę Pavlichenko, Marynę Pavlichenko: *Odbiór filmów przez Ukraińców w Polsce*; Agnieszkę Plis: *Analiza wyników ankiety dotyczącej wpływu aplikacji muzycznych na osoby w wieku 11–15 lat*. Rozdział ten dokumentuje nabycie przez uczestników zajęć fakultatywnych „Badania nad odbiorem mediów w praktyce” praktycznej umiejętności przeprowadzania badania naukowego metodą sondażową, w tym z wykorzystaniem TIK, i prezentowania jego wyników dzięki posługiwaniu się technologiami informacyjno-komunikacyjnymi. Przywołane przykłady stanowią nie tylko egzemplifikacje wykorzystania TIK w dydaktyce na poziomie szkolnictwa wyższego, ale także są same w sobie wartością jako interesujące miniopracowania badawcze.

*Anna Granat*